

วิกฤตการณ์ทางความเชื่อ ตั้งแต่ครั้งพุทธกาล จนกระทั่งถึงยุคปัจจุบัน

อำนวยการ ยัสโสธา*

1. บทกถา

น้อยนักที่ผู้อยู่ในวงการศึกษาศาสนาจะไม่เคยได้ยินคำว่า ‘กาลามสูตร’ เพราะเริ่มตั้งแต่เข้าเรียนในระดับประถมศึกษาครูมักจะนำหลักธรรมคำสอนเรื่องนี้มากล่าวอ้างให้เด็กนักเรียนได้ฟังกันบ้างแล้ว ครั้นเลื่อนขึ้นสู่ระดับมัธยมศึกษา เริ่มมีการบรรจุหลักคำสอนเรื่องกาลามสูตรไว้ในเนื้อหาวิชาที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาอย่างประปราย และครูอาจารย์ก็เริ่มวิพากษ์วิจารณ์เรื่องนี้มากขึ้นตามลำดับ ครั้นเมื่อเลื่อนขึ้นสู่ระดับอุดมศึกษา ทั้งครูอาจารย์และนักศึกษาต่างร่วมกันวิพากษ์วิจารณ์หลักคำสอนนี้อย่างเข้มข้นจริงจังมากขึ้นเป็นเงาตามตัว นอกจากนี้ยังมีการนำหลักคำสอนในกาลามสูตรไปใช้ประกอบในการวิพากษ์ปัญหาหลายด้าน ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ในการสนทนาทางวิชาการและในเอกสารตำราต่าง ๆ จะนำหลักธรรมคำสอนนี้มาอ้างถึงไม่โดยตรงก็โดยอ้อม อีกทั้งหมู่พระนักเทศน์ก็มักจะหยิบยกมาเป็นหัวข้อแสดงปาฐกถารธรรมให้ชาวบ้านรับฟังกันอยู่บ่อย ๆ ตลอดจนการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชีวิตประจำวันระหว่างชาวบ้าน จะมีการกล่าวถึงเรื่องกาลามสูตร อยู่บ้างเช่นกัน หรือแม้แต่ในหมู่ผู้ที่อยู่นอกวงการชาวพุทธก็มีการกล่าวถึงเรื่องนี้อย่างประปราย จนดูเหมือนว่าเมื่อมีการวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาเกี่ยวกับ หลักความเชื่อ คราวใด มักจะนำคำสอนใน ‘กาลามสูตร’ มาเพิ่มน้ำหนักให้แก่คำพูดหรือข้อเขียนของตน อยู่เสมอ

หมายเหตุจากผู้เขียน

บทความชิ้นนี้ตัดตอนมาจากงานนิพนธ์ เรื่อง “กาลามสูตร : พระสูตรว่าด้วยความเชื่อแบบพุทธ กับการดำเนินชีวิตประจำวัน ยุคข้อมูลข่าวสารครองโลก” งานชิ้นนี้ประกอบด้วยเนื้อหา 15 บท ที่ตัดตอนมาลงในวารสาร “ดวงแก้ว” เป็น บทนำ ซึ่งพยายามชี้ให้เห็นวิกฤตการณ์ทางความเชื่อของ ชาวกาลามะ ในสมัยพุทธกาล โดยนำมาเปรียบเทียบกับวิกฤตการณ์ทางความเชื่อของผู้คนสมัยปัจจุบัน ยุคข้อมูลข่าวสารครองโลก

*รองศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

แต่เป็นที่น่าเสียดายว่า ส่วนมากจะกล่าวถึงเพียงผิวเผิน พูดยกันแต่ระดับผิวเปลือก หรืออ้างเพียงชื่อหัวข้อธรรม ‘กาลามสูตร’ มาเป็นส่วนประกอบให้ผู้อื่นทราบว่าคุณมีความรู้เรื่อง นี้ด้วยเช่นกัน ยังไม่เคยมีผู้ใดแสดงให้เห็นอย่างเป็นระบบครบวงจรและวิเคราะห์เจาะลึกถึง ระดับแก่น ไม่มีการนำหลักฐานจากพระสูตร (พระสูตรตันตปิฎก) มาสนับสนุน และที่ยิ่งกว่า นั้นยังไม่เคยมีผู้ใดวิเคราะห์ให้เห็นว่า จะนำหลักธรรมคำสอนนี้มาตีความประยุกต์ใช้ให้เกิด ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้อย่างไรบ้าง ?

ฉะนั้น เพื่อที่จะหยิบเอา ‘กาลามสูตร’ ที่รู้จักกันในนาม *พระสูตรว่าด้วยความเชื่อแบบ พุทธ* หรือสิ่งที่ *พุทธทาสภิกขุ* เรียกว่า “เครื่องมือชุดเพชรในพระไตรปิฎก” (ดู รายละเอียด ใน *พุทธทาสภิกขุ. เพชรในพระไตรปิฎก. (2528).* มาใช้ให้สำเร็จประโยชน์เท่าที่ควรจะเป็น ผู้เขียนจะลงมือศึกษาเรื่องนี้อย่างเป็นทางการ และอย่างเข้มข้นจริงจัง โดยในเบื้องต้น จะกล่าวถึงวิกฤตการณ์ทางความเชื่อของ *ชาวกาลามะ* ในสมัยพุทธกาลโดยเปรียบเทียบกับ สภาพการณ์ในยุคปัจจุบัน รวมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ รูปแบบวิธีการนำเสนอโดยสังเขป ซึ่ง จะได้กล่าวถึงแต่ละประเด็นตามลำดับ ดังนี้

2. จากวิกฤตการณ์ทางความเชื่อของ ‘ชาวกาลามะ’ ในอดีตสู่สังคมไทยยุคปัจจุบัน

แม้เวลาและสภาพการณ์จะหมุนเวียนเปลี่ยนไป แต่ขึ้นชื่อว่ามนุษย์ก็ยังคงเป็นอยู่อย่าง ประสพมนุษย์ คือมีกิเลสตัณหาเป็นเจ้าเรือน และด้วยค่านิยมของสิ่งนี้ จึงทำให้ต้องต่อสู้ แก่งแย่ง แข่งขัน ชิงดี เอาเปรียบระหว่างกัน โดยที่ต่างฝ่ายต่างพยายามโน้มน้าวใจผู้อื่นด้วย วิธีการอันแยบยล เพื่อให้คล้อยตามว่าฝ่ายตนถูกและดี ฝ่ายตรงข้ามผิดและเลว การอ้าง เหตุผลแบบเข้าข้างฝ่ายตนเองนี้มีทั้งในหมู่บรรพชิตและคฤหัสถ์ผู้ครองเรือน ต่างกันตรงที่ ในหมู่บรรพชิตมักอ้างเพื่อปกป้องทฤษฎี (ทิวี่) หรือความเห็นของตน ส่วนผู้ครองเรือนมัก อ้างเพื่อปกป้อง “กาม” (ตัณหา) หรือผลประโยชน์แห่งตน ซึ่งในที่นี้จะได้หยิบยกตัวอย่าง เหตุการณ์ในครั้งพุทธกาล อันเป็นปฐมเหตุของการบัญญัติคำสอนเรื่อง ‘กาลามสูตร’ มา แสดงให้เห็น เพื่อที่จะนำมาเปรียบเทียบกับสภาพการณ์ในสังคมปัจจุบัน ยุคข้อมูลข่าวสาร ครองโลก ดังนี้

2.1 วิกฤตการณ์ทางความเชื่อของ ‘ชาวกาลามะ’ ในสมัยพุทธกาล

ถ้าย้อนดูวิกฤตการณ์ทางความเชื่อในสมัยพุทธกาลโดยสืบค้นข้อมูลในพระไตรปิฎก, เอกสารตำรา ตลอดจนข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต พบว่ามีการกล่าวถึงเรื่อง ‘กาลามสูตร’ สั้น ๆ พอจับใจความได้เพียงว่า สมัยหนึ่งเมื่อพระพุทธเจ้าเสด็จไปโปรด *ชาวกาลามะ* ที่ใกล้สุดตนิคม แห่งแคว้นโกศล ในคราวนั้นชาวเมืองนี้ได้ทูลถามพระองค์ว่า ในบรรดาเจ้าลัทธิคณาจารย์ที่ เข้ามาเผยแผ่แนวคิดในนิคมของพวกเขา ต่างพยายามที่จะบอกว่าคำสอนของฝ่ายตนเท่านั้น ที่ถูกและดี ส่วนของฝ่ายอื่นล้วนผิดและเลว จึงทำให้พวกเขาเกิดความลังเลและสงสัยว่า ผู้ใดกล่าวคำจริงหรือคำเท็จ ? และควรจะเลือกเชื่อคำสอนของฝ่ายใดกันแน่ ?

ในคราวนั้นพระองค์ทรงตอบคำถามโดยแสดงหลักความเชื่อแก่ชาวกาลามะ 10 ประการ

ซึ่งเรียกกันว่า ‘กาลามสูตร’ หลักความเชื่อ 10 ประการ คือ (1)อย่าปลงใจเชื่อด้วยการฟังตาม ๆ กันมา (2)อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการถือสืบ ๆ กันมาตามประเพณี (3)อย่าปลงใจเชื่อด้วยการเล่าลือ (4)อย่าปลงใจเชื่อด้วยการอ้างตำราหรือคัมภีร์ (5)อย่าปลงใจเชื่อด้วยวิสัยแห่งตรรกะ (6)อย่าปลงใจเชื่อโดยการอนุมาน (7)อย่าปลงใจเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก (8)อย่าปลงใจเชื่อเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่ตนยึดถือ (9)อย่าปลงใจเชื่อเพราะเห็นว่ารูปลักษณ์ภายนอก ‘ดูดี’ น่าเชื่อถือ และ (10)อย่าปลงใจเชื่อเพราะนับถือว่าสมณะนี้เป็นครูของเรา

หลังจากที่ทรงเตือนมิให้ปลงใจเชื่อโดยอาการ 10 อย่างแล้ว ยังทรงวางหลักพิจารณา ก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อว่า ถ้าจะเชื่อหรือไม่เชื่อสิ่งใดก็ตามเมื่อพิจารณาดูว่า อาจจะถูกผู้รู้ดีเตียนหรือสรรเสริญ ? และยังทรงแนะนำให้นำคำสอนนั้นมาทดลองปฏิบัติดูก่อน เพื่อที่จะดูว่าก่อให้เกิดประโยชน์เกิดสุข (เป็นกุศล) หรือเกิดโทษเกิดทุกข์ (เป็นอกุศล) กันแน่ ? ถ้าเห็นว่าผู้รู้สรรเสริญและก่อให้เกิดกุศล จึงค่อยปลงใจเชื่อ แต่ถ้าถูกผู้รู้ตำหนิและก่อให้เกิดอกุศล ก็อย่าปลงใจเชื่อ ดังที่ทรงกล่าวไว้ใน **สาฬหโรหณสูตร²** ว่า “ดูกร สารหะ และ โรหณะ เมื่อใดพึงรู้ด้วยตนเองว่า ธรรมเหล่านี้เป็นอกุศล ธรรมเหล่านี้มีโทษ ธรรมเหล่านี้ผู้รู้ดีเตียน ธรรมเหล่านี้ใครสมาทานให้บริสุทธิแล้วย่อมเป็นไปเพื่อสิ่งไม่เป็นประโยชน์เกื้อกูล เพื่อความทุกข์ เมื่อนั้นท่านทั้งหลายควรละธรรมเหล่านั้นเสีย”

2.2 วิกฤตการณ์ทางความเชื่อของผู้คนสมัยปัจจุบัน ยุคข้อมูลข่าวสารครองโลก

ถ้าจะนำวิกฤตการณ์ทางความเชื่อของ **ชาวกาลามะ** ในสมัยพุทธกาลที่ว่านี้ มาเปรียบเทียบกับสภาพการณ์ปัจจุบัน จะพบว่าแม้พุทธอายุจะหมุนเวียนเปลี่ยนไป 2,500 กว่าปีแล้ว ผู้คนก็ยังหนีไม่พ้นวิกฤตการณ์ดังกล่าว คือ ยังหลงมกมาย ไร้หลักยึด เมื่อกลัวภัยอันตรายจะเกิดแก่ชีวิต ยังมีคนอีกจำนวนมากที่แสวงหาความปลอดภัยโดยวิธีเช่นไหว้ต้นไม้ ป่าเขาลำเนาไพร เนินดินจอมปลวก สร้างศาลเจ้า ศาลพระภูมิ บนบานศาลกล่าว เอาของไปเซ่นสักตักแด่น รดน้ำมนต์ พนน้ำหมาก สะเดาะเคราะห์ ดูหมอลี และประกอบพิธีทางไสยศาสตร์ต่าง ๆ นานา หรือไม่มีก็มีการแขวนตะกรุด เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคลที่สมมติว่าศักดิ์สิทธิ์ ทั้งที่รู้ว่าสิ่งเหล่านี้มีใช้ที่พึ่งอันพึ่งเกษม ทั้งนี้เพียงเพื่อผ่อนคลายวิตกกังวลได้ชั่วคราวเท่านั้น แต่ก็ไม่พยายามแก้ปัญหาด้วยวิธีที่ฉลาดกว่านี้ แถมบางคนหลงมกมายถึงขั้นตกเป็นทาสของความเชื่อ มีการโฆษณาให้กระทำในสิ่งซึ่งมกมายไร้เหตุผล เช่น โฆษณา “คาถารวยไม่เลิก” ว่า “คาถาบูชาพระปิดตามหาลาก รุ่งรวยไม่เลิก ให้ท่านสวดคาถานี้ทุกวันหลังสวดมนต์ก่อนนอน หรือเวลาที่ท่านจะนำพระติดตัวไปที่ไหน ๆ สวดครั้งละ 1 จบ แล้วอธิษฐานขอสิ่งที่ต้องการ” โดยที่ไม่มีข้อความตอนไหนเลยที่บอกให้ขยัน ประหยัด และประกอบอาชีพโดยสุจริต เป็นต้น

จากที่นำมาเปรียบเทียบให้ดูในเบื้องต้นนี้จะเห็นว่าสภาพการณ์ปัจจุบัน **ยุคโลกใบเล็ก** มิได้มีความแตกต่างไปจากสมัยพุทธกาลมากนัก เพียงแต่รูปแบบและวิธีการเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลงไปบ้าง ถ้าจะพิจารณาลงลึกในรายละเอียดกว่านี้ จะพบความจริงว่าในแต่ละวันมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาจากทั่วสารทิศ ทั้งข้อมูลข่าวสารจากภายในประเทศและจากทั่วโลก ทั้งที่เป็นข้อมูลข่าวสารในเชิงโฆษณาประชาสัมพันธ์และโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อขายสินค้าหรือโฆษณาเพื่อการอื่น

ถ้าจะพิจารณาเฉพาะข้อมูลข่าวสารเพื่อโฆษณาขายสินค้า จะพบว่าตลอดทั้งวันมีแต่การโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นทางวิทยุกระจายเสียง, วิทยุโทรทัศน์, สื่อสิ่งพิมพ์, แผ่นป้ายโฆษณา หรือโฆษณาในรูปแบบอื่นๆ ดังเช่น โฆษณาขายแป้งที่ทำให้ผิวนุ่มอ่อนละไม, โฆษณาขายยาสีฟันที่มีประสิทธิภาพในการขจัดกลิ่นปากได้ถึงขั้นที่ทำให้ปากหอมจนใคร ๆ อยากจะเข้ามาอยู่ใกล้หรือโฆษณายาสีฟันยี่ห้ออื่น ๆ ช่วยป้องกันฟันผุและทำให้ฟันทนแข็งแรงประดุจซี่งูเหลือม, โฆษณาผงซักฟอกชนิดที่ทำให้เสื้อผ้าขาวสะอาดจนดมกลิ่นได้ ซึ่งพยายามนำเสนอให้เห็นภาพเด็กเล็กที่กำลังเล่นซุกซนจนเสื้อผ้าเปื้อนสิ่งสกปรกทั้งตัว เพียงเพื่อจะนำมาโฆษณายาผงซักฟอกยี่ห้อดังกล่าวสามารถขจัดคราบสิ่งสกปรกได้อย่างสิ้นเชิง โดยที่โฆษณานี้มิได้สำนึกที่จะปลุกฝังนิสัยรักความสะอาดให้แก่เด็กแต่อย่างใด, มีการโฆษณาขายใบมีดโกนหวดชนิดที่ใช้แล้วทำให้หล่อจนสาวหลง, โฆษณาขายสบู่ถูตัวชนิดที่ดาราภาพยนตร์เก่าในลิปคณินิยมใช้ เพื่อให้ผู้ชมเห็นดาราดาราภาพยนตร์ส่วนใหญ่ (9 ใน 10 คน) ซึ่งดารายายก็ล้วนแต่รูปหล่อ ๆ ดาราหญิงก็ล้วนแต่รูปปร่างหน้าตาสวย ๆ จึงทำให้ผู้ชมโฆษณาเกิดความรู้สึกว่าสบู่ชนิดนี้ล้วนแต่คนหล่อ คนสวยใช้ ถ้าตัวเองอยากหล่อ อยากสวย อยากผิวเนียนน่าลูบได้ หรืออยากมีรสนิยมเหมือน “คนดัง” ก็จะต้องใช้สบู่ชนิดนี้ด้วย

เฉพาะในส่วนของสตรี มักจะเน้นโฆษณาเกี่ยวกับเรื่อง “3ผ” คือ เรื่อง “ผิว” (เครื่องสำอางประทีนผิว), “ผม” (ครีมหวดผมและยาสระผม) และ “ผ้า” (ผ้านามัย) ชนิดที่สร้างความมั่นใจในวันนั้นของรอบเดือนทั้งยามหลับและตื่น หรือแม้แต่ในขณะเล่นกีฬา ยังมีมีการโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องความงามด้านอื่นๆ เช่น โฆษณาขายเสื้อยกทรงราคาตัวละเป็นหมื่นบาท โดยอวดอ้างสรรพคุณว่านอกจากจะทำให้หุ่น “เซ็กซี่” ทรมาณใจชายแล้ว ยังทำให้ผิวผ่อง และยังช่วยรักษาโรคได้สารพัดอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาขายวิตามินและอาหารเสริมที่เปรียบเสมือนยาอายุวัฒนะ ทำให้สวยไม่สร้างแบบสาวสองพันปี เป็นต้น

จากการที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าเข้าใจธรรมชาติของผู้หญิงว่าเป็นเพศที่รักสวยรักงามและนิยมตามแฟชั่น จึงหยิบยกค่านิยมเหล่านี้มาผลิตเป็นสินค้าและโฆษณาเพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2547) ซึ่งนิยมแฟชั่นการแต่งกายแบบ **สายเดี่ยว เกาะอก** (เสื้อสายเดี่ยวทรงเกาะอก) **สะเอวต่ำ** (ขอบเอวกางเกงต่ำกว่าระดับสะดือ) **โชว์กัน** (เน้นจุดเด่นส่วนสะโพก) **สั้นตึก** (สั้นรองเท้านา) พ่อค้าหัวใสจึงหยิบเอาค่านิยมเหล่านี้มาประกอบธุรกิจ โดยผลิตเป็นสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ จนสามารถกอบโกยเงินจากกระเป๋าของสตรีได้ปีละจำนวนมาก

ส่วนในหมู่ผู้สูงอายุ ซึ่งกำลังวังชาเริ่มจะลดน้อยถอยลง มีการโฆษณาขายเครื่องดื่มชูกำลังและอาหารเสริมในรูปแบบต่าง ๆ ที่ชวนให้เกิดความรู้สึกว่าจะช่วยให้กระชุ่มกระชวยดังเดิมหรือดีกว่าเดิม จนคนกลุ่มนี้ต้องตกเป็นเหยื่อของโฆษณาด้วยเช่นกัน

ถ้าจะพิจารณาในหมู่วัยรุ่นซึ่งยังหาเงินเองมิได้ ก็ยังคงเป็น “เหยื่อ” ของโฆษณา เช่น การโฆษณาสร้างค่านิยมคนรุ่นใหม่ให้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ (โทรศัพท์มือถือ) จนกลายเป็นที่คลั่งไคล้ในหมู่วัยรุ่นตั้งแต่ระดับมัธยม ถึงกับมีนักเรียนหรือวัยรุ่นผู้หญิงบางคนยอมเอาตัวเข้าแลกเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งโทรศัพท์ชนิดนี้ ทั้งที่ตามความเป็นจริงการดำเนินชีวิตในวัยนี้ ยังไม่จำเป็นถึงขั้นต้องพกพาโทรศัพท์มือถือ เพราะการใช้โทรศัพท์ในหมู่พวกเขาจักจะเป็น **การสื่อที่ด้อยสาร** คือ มิได้สื่อกันในเรื่องที่เป็น **สาระ** จะพูดคุยกันแต่เรื่อง **สรรพเพหะ** เป็นส่วนใหญ่ แต่ด้วย

อิทธิพลของการโฆษณา จึงสร้างค่านิยมให้คลั่งไคล้อยู่แต่เรื่อง **บริโภคนิยม สายลม และ แสงแดด** พยายามดิ้นรนแสวงหาโทรศัพท์ชนิดนี้มาใช้ให้ได้ จนนำมาสู่การก่ออาชญากรรมรูปแบบใหม่ คือ การจี้ ปล้น แย่งโทรศัพท์ บางครั้งถึงขั้นทำร้ายร่างกายให้ได้รับบาดเจ็บหรือล้มตายก็มี บางคนขณะนอนหลับในห้องพัก จะต้องเอาโทรศัพท์ซ่อนไว้ในปลอกหมอน แต่ยังมีผู้อื่นแอบขโมยไปจนได้

ด้วยอิทธิพลของการโฆษณาที่ว่านี้ วัยรุ่นจึงกลายเป็นคนเห่อเหิมค่านิยมแบบตะวันตกจนละเลยความเป็นไทย ดังที่ **พุทธทาสภิกขุ** กล่าวว่า “เด็กไทยสมัยนี้ เริ่มจะรู้จักวันวาเลนไทน์กัน มากยิ่งกว่าวันมาฆะ-วิสาขะ-อาสาฬหบูชา”⁴ และท่านกล่าวอีกตอนหนึ่งว่า “ยังมีครูที่บอกนักเรียนว่า เหล้ามีโทษเพียงเล็กน้อย ยังเป็นที่ยอมรับของสังคม ยังเป็นทางมาแห่งรายได้ มหาศาลของประเทศ แล้วก็ชวนนักเรียนดื่มเหล้า ซึ่งเรื่องชนิดนี้ไม่เคยมีในกาลก่อน”⁵

ในส่วนของการโฆษณาขายสินค้าประเภทที่ไม่เจาะจงกลุ่มผู้บริโภค ก็มีหลายรูปแบบ เช่น โฆษณาขายเครื่องสุขภัณฑ์และกระดาษชำระที่นุ่มเสมือนหมอนหนุนศีรษะได้ การโฆษณาขายอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายที่บรรยายสรรพคุณประดุจอุปกรณ์วิเศษที่เนรมิตสุขภาพให้ดีขึ้นจริง การโฆษณาขายเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ เช่น เบียร์รสนุ่มชวนติดใจหลงใหล โฆษณาให้ดื่มสุราสาโทกันมาก ๆ เพื่อส่งเสริมนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้า จะเห็นว่าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลสงกรานต์ หรือเทศกาลปีใหม่ นักดื่มเหล่านี้ขี้บรินในขณะที่มีเม้าสุรา จึงเกิดความประมาทและก่อให้เกิดอุบัติเหตุ จนทำให้บาดเจ็บและล้มตายเทศกาลละจำนวนมาก นำมาซึ่งความสูญเสียทางเศรษฐกิจนับพันล้านบาท ทั้ง ๆ ที่โดยความเป็นจริงมีการตรวจสอบพบว่าสุราและสาโทเหล่านี้มีถึงร้อยละ 95 ที่กรรมวิธีในการผลิตไม่ได้มาตรฐาน⁶ แต่ไม่มีใครให้ความสำคัญที่จะนำมาพูดถึงเพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักรู้

นอกจากจะโฆษณาขายสินค้าอุปโภคบริโภคชนิดที่ราคาเรื้อนร้อยเรือนพันหรือเรือนหมื่นแล้ว ยังมีการโฆษณาขายสินค้าชนิดที่ราคาเรือนแสนเรือนล้าน เช่น โฆษณาขายรถยนต์ ขายบ้านจัดสรร แต่กลยุทธ์ที่นำมาใช้ก็อยู่ในรูปแบบและลักษณะเดียวกัน คือ พยายามสร้างภาพให้สวยหรือดูดีเกินจริงทั้งสิ้น ยิ่งกว่านั้น ในยุคข้อมูลข่าวสารครองโลก มีการโฆษณาสินค้าทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งพบว่าสินค้าบางอย่างหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดกฎหมายและศีลธรรม เช่น โฆษณาขายอุปกรณ์เสริมทางเพศ ยาปลุกเซ็กซ์ บริการเพื่อนอน ดังที่หนังสือพิมพ์ **เดลินิวส์** ฉบับวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2546 พาดหัวข่าวว่า “ผลวิจัยจุฬาฯ เว็บไซต์อาจารย์คนไทย” มีมากกว่า 2,000 เว็บไซต์ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมเสื่อมเสียต่อสังคม เว็บไซต์เหล่านี้สามารถทำรายได้ให้แก่เจ้าของถึงเว็บไซต์ละ 110,000 - 200,000 บาทต่อเดือน เป็นต้น

ถ้าจะพิจารณากลยุทธ์ที่นำมาใช้โฆษณา พบว่ามักจะเริ่มต้นโดยการกระตุ้นทางจิตวิทยาให้เกิดความกลัว แล้วหยิบความกลัวนั้นมาโน้มน้าวให้หันมาบริโภคสินค้าของตน เช่น กระตุ้นให้เกิดความกลัวเรื่องกลิ่นปากหรือเรื่องฟันผุ เพื่อที่จะโน้มน้าวให้หันมาใช้ยาสีฟันยี่ห้อหนึ่งยี่ห้อใด, กระตุ้นให้เกิดความกลัวว่าเศรษฐกิจจะหายนะ เพื่อโน้มน้าวให้หันมาเลือกพรรคการเมืองหนึ่งพรรคการเมืองใด ฯลฯ และเพื่อที่จะให้การโฆษณา **มีประสิทธิภาพ** ยิ่งขึ้น จึงมีการอ้างสถาบันการศึกษาชั้นสูงหรือบุคคลผู้มีชื่อเสียงมาเป็นเครื่องมือนำเสนอและรับประกันคุณภาพของสินค้าหรือแม้กระทั่งโฆษณาในเวลาที่มีผู้ชมจำนวนมาก (เช่น ช่วงค่า) มีบ่อยครั้งที่สินค้าชนิดเดียวกันแต่ต่างยี่ห้อ ถูกนำเสนอทางหน้าจอโทรทัศน์ในเวลาไล่เลี่ยกัน แต่ละยี่ห้อพยายามยกย่อง

สินค้าของตนว่ามีคุณภาพเหนือกว่าของคู่แข่ง ทักษะของคู่แข่งจนทำให้ผู้ฟังเกิดความสับสนว่าจะเลือกเชื่อฝ่ายใดกันแน่ ซึ่งความสับสนดังกล่าวไม่ต่างไปจากความสับสนของ ชาวกาลามะ ในสมัยพุทธกาล

ถ้าจะพิจารณาสภาพการณ์ทางการเมืองบ้าง พบว่ามีการนำกลยุทธ์ทางการค้าภายใต้ นโยบาย “การเมืองเชิงการตลาด” (Marketing Policy) มาใช้ด้วยเช่นกัน เพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบจากการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising) เป็น โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) มีการโฆษณาเพื่อกระตุ้นทางจิตวิทยาอย่างต่อเนื่องเหมือนกับการโฆษณาสินค้าชนิดอื่น ๆ โดยพยายามยึดสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ไว้ในมือให้มากที่สุด ปิดโอกาสมิให้พรรคการเมืองฝ่ายตรงข้ามได้มีส่วนร่วม

ในการโฆษณาขายนโยบายมักจะนำเสนอข้อมูลเฉพาะด้านที่ประสบความสำเร็จ และบ่อยครั้งที่ขายนโยบาย โดยเน้นเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพ คือ คิดแต่เรื่องแปลกใหม่และใหญ่ไว้ก่อน โดยตอบไม่ได้ว่าสิ่งที่ “คิดใหม่ ทำใหม่” นั้นมีคุณค่าอย่างไร จึงทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณโดยไม่จำเป็น ดังเช่นลงทุนจ้างผู้เชี่ยวชาญจากต่างชาติซึ่งอ้างว่ามีความรอบรู้ด้านเศรษฐกิจด้วยจำนวนเงินสูงถึง 19 ล้านบาท ให้มาวิพากษ์เศรษฐกิจไทย ทำยที่สุดฝรั่งผู้นั้นให้ข้อคิดเพียงว่าระบบเศรษฐกิจไทยจะยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อรู้จักพึ่งตนเอง หรือกรณีที่ยอมทุ่มเงินถึง 25 ล้านบาท เพื่อระดมคนมาร่วมออกกำลังกายครั้งใหญ่เป็นประวัติศาสตร์ ให้ผู้นำประเทศไป “เดินแอร์โรบิก” ร่วมกับประชาชนเพียงครั้งเดียว เพื่อหวังที่จะได้รับการบันทึกลงหนังสือ “กินเนสบุ๊ก” ว่า ประเทศไทยสามารถจัดงาน “เดินแอร์โรบิก” ใหญ่ที่สุดในโลก หรือแม้แต่ความพยายามที่จะออกหวงวดพิเศษเพื่อระดมเงินกว่า 4,600 ล้านบาท เพื่อนำไปลงหุ้นในสโมสรฟุตบอลต่างประเทศ (ทีมลิเวอร์พูล) จนเป็นที่หวาดวิตกว่าจะทำให้เกิดค่านิยมใหม่ในสังคมไทย คือ มองกีฬาเป็นเรื่องของธุรกิจและการพนัน จึงถูกผู้คนคัดค้านอย่างกว้างขวาง จนต้องล้มเลิกไป

นอกจากโฆษณาขายนโยบายทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังมีการหยิบยกเอา “หลักการประชาสงเคราะห์” ซึ่งเป็นหลักแก้ปัญหาเฉพาะหน้ามาบิดผัน แล้วตั้งชื่อใหม่ว่า “นโยบายประชานิยม” โดยทุ่มเม็ดเงินจำนวนมากลงสู่ระดับรากหญ้า ครั้นเม็ดเงินเริ่มร่อยหรอ ไม่พอที่จะชุบเลี้ยงกระแสเศรษฐกิจ ก็ตั้งกองทุนขึ้นมาหลายรูปแบบ ระดมเงินทุนมูลค่านับแสนล้านบาท ต่อลมหายใจต่อไปอีก ดูเสมือนว่าเงินจากทุกแหล่งล้วนถูกระดมเข้ามาเพื่ออัดฉีดลงสู่หมู่บ้าน โดยมิได้อัดฉีดภูมิปัญญาในการบริหารจัดการลงไปด้วย จึงไม่แปลกที่พบว่าชาวบ้านบางแห่งในภาคอีสานนำเงินกองทุนหมู่บ้านที่รัฐจัดสรรให้ไปใช้จ่ายในการจัดงานพิธีขับไล่ผีปอบ^๖ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ จึงมีบางคนตั้งข้อสังเกตกันว่านโยบายลักษณะนี้น่าจะสอดคล้องกับหลักประชาสงเคราะห์มากกว่า เพราะถ้าเป็นนโยบายประชานิยมจริง จะต้องเป็นการแก้ปัญหาแบบยั่งยืน มิใช่ว่าอัดฉีดเม็ดเงินลงไปก็ละลายหายไปเหมือนกับต้ำน้ำพริกละลายแม่น้ำ อยู่ใส่สภาพเลี้ยงไม่รู้จักโตคอยหวังพึ่งเม็ดเงินอัดฉีดก้อนใหม่อยู่เรื่อยไป

ภายใต้นโยบายการเมืองเชิงการตลาดที่ว่านี้ มีการผลักดันให้มี “สินค้าเอื้ออาทร” มากมาย แม้จะดูเหมือนว่าจะช่วยให้คนจนได้บริโภคสินค้ามากขึ้น แต่หนี้สินก็เพิ่มขึ้นอย่างน่าเป็นห่วง อีกทั้งการดำเนินนโยบายนี้อยู่ในรูปของการ ผันเงินออกจากท้องพระคลังหลวง เข้ากระเป๋าคณรวย โดยผ่านทางมือคนจน คือ เม็ดเงินเหล่านี้จะถูกแปลงรูปเป็นค่า “เงินดาวน์” รัถ

จักรยานยนต์ ตู้เย็น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่เป็นธุรกิจของ คนรวยทั้งสิ้น จึงถูกตั้งข้อสงสัยเกิดว่านี่คือรูปแบบหนึ่งของ การทุจริตเชิงนโยบาย ใช่หรือไม่ ? ที่ ร้ายยิ่งกว่านั้น เครื่องเล่นอบายมุขอย่างการซื้อขายหวย ยังถูกนำมาโฆษณาในนาม “สินค้าเอื้อ อาทรร” ฯลฯ อันที่จริงการซื้อขายสินค้าโดยวิธีเอื้ออาทรทำให้คนจนต้องตกเป็น “เหยื่อ” กล่าว คือ คนที่เคยจนได้รับความเพลิดเพลินกับเงินกู้ที่รัฐแสวงหามาให้ และถูกล่อให้ซื้อสินค้า ด้วยระบบเงินผ่อน ทำให้ใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือยจนล้มฐานะที่แท้จริงของตน และลืมนึกถึง หนี้สินที่จะตามมาในอนาคต จากนโยบายดังกล่าวจึงทำให้คนรวย รวยกันถ้วนหน้า แต่ คนจนต้องกลายเป็นลูกหนี้ที่ต้องชำระคืนทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยในระยะยาว

การนำนโยบายในลักษณะนี้มาใช้จึงทำให้นักวิชาการวิพากษ์วิจารณ์ว่า อาจจะทำให้เกิดวิกฤต ทางเศรษฐกิจรอบสองได้ เพราะหนี้สาธารณะเพิ่มขึ้นอย่างน่าเป็นห่วง ธนาคารของรัฐที่ทำ หน้าที่สนองนโยบาย ลด แลก แจก แถม เริ่มมีหนี้เสียมากขึ้น¹⁰ สภาพการณ์นี้อาจจะกลายเป็น สนิมในเนื้อรวันฟองสบู่แตกในอนาคตก็อาจเป็นได้ ด้วยเหตุดังกล่าว มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จึงเสนอให้รัฐบาลเลิกนโยบายนี้ เพราะพบว่าเม็ดเงินที่ทุ่มลงสู่ระดับรากหญ้า มีใช้เพื่อการลงทุน แต่เพื่อการบริโภค ทำให้หนี้สินภาคครัวเรือนเพิ่มขึ้นจาก 68,000 บาทในปี พ.ศ. 2543 เป็น 82,000 บาทในปี พ.ศ. 2545 และเพิ่มขึ้นเป็น 110,000 บาทในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2547¹¹ และเป็นที่น่าสงสัยเกิดว่าเม็ดเงินที่อัดฉีดลงไปมิได้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชนชั้นระดับรากหญ้าอย่าง แท้จริง เพราะถ้านำมาเทียบอัตราส่วนของรายได้ที่เพิ่มขึ้น 100 บาท จะเป็นของคนรวย 57.8 บาท ของชนชั้นกลาง 38.3 บาท แต่จะเป็นของคนจนเพียง 3.9 บาทเท่านั้น¹²

ถ้าจะออกจากประเทศไทยไปมองสภาพการณ์ในต่างประเทศบ้าง จะเห็นว่าในการทำสงคราม มีการนำกลยุทธ์ทางการโฆษณามาใช้อย่างเต็มรูปแบบ แต่ละฝ่ายพยายามทำจิตวิทยามวลชน และโฆษณาชวนเชื่อ จนทำให้เกิดวิกฤตการณ์ทางความเชื่อและสับสนไม่ต่างไปจาก ชาวกาลามะ ในสมัยพุทธกาล เช่น กรณีสงครามระหว่างฝ่ายพันธมิตร (ซึ่งมีสหรัฐอเมริกาและอังกฤษเป็น แกนนำ) กับฝ่ายอริภัก ระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2546 มีการระดมกลยุทธ์ในการ โฆษณาชวนเชื่อไม่แพ้กัน มีการชนกองทัพนักข่าวเข้าไปในสนามรบ ต่างพยายามแข่งขันกัน รายงานข่าวให้ผู้ชมทางบ้านได้รับทราบเสมือนกำลังอยู่ในสนามรบจริง ในส่วนของข้อมูลข่าว สารจากสื่อมวลชนฝ่ายตะวันตก พยายามนำเสนอเฉพาะส่วนที่เป็นด้านบวกของฝ่ายตน และ เสนอด้านลบของฝ่ายตรงข้าม ส่วนข้อมูลข่าวสารจากทางฝ่ายโลกอาหรับหรือมุสลิม ก็ดำเนิน การทำนองเดียวกัน จนกล่าวได้ว่ายุทธวิธีที่ถูกนำมาใช้ในครั้งนี้นอกจากจะเป็นการต่อสู้กันทางด้าน การทหารแล้ว ยังเป็นการต่อสู้กันทางด้านข้อมูลข่าวสารอีกด้วย

จากการที่นำสภาพการณ์เกี่ยวกับวิกฤตทางความเชื่อของชาว ชาวกาลามะ ในสมัยพุทธกาล มาเปรียบเทียบกับสภาพการณ์ปัจจุบัน ยุคข้อมูลข่าวสารครองโลก จะเห็นว่าผู้คนยังคงตกอยู่ใน วิกฤตการณ์ทางความเชื่อเช่นเดิม คือ **ไม่รู้ว่าจะใครถูก อะไรผิด อะไรดี อะไรชั่ว อะไรจริง อะไรเท็จ อะไรควร และอะไรไม่ควร** ถ้าจะต่างกันบ้างก็เพียงแต่ในสมัยพุทธกาล นักบวช แต่ละลัทธิพยายามที่จะโฆษณาให้ผู้คนเข้ามาเป็นสาวกและนับถือลัทธิศาสนาของตน และการ โฆษณาก็เพียงโน้มน้าวด้วยวาทศิลป์ที่ไม่สลับซับซ้อนมากนัก แต่ในปัจจุบัน ยุคข้อมูลข่าวสาร ครองโลก วัตถุประสงค์ของการโฆษณาเปลี่ยนไป คือ มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ใส่ตน ผล

ประโยชน์ทางธุรกิจ ผลประโยชน์ทางด้านการเมือง หรือผลประโยชน์แอบแฝงอื่น ๆ วิธีการโฆษณาค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงทำให้ผู้คนตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาโดยไม่รู้ตัว

3. บนเส้นทางแห่งการก้าวตามรอย ‘กาลามสูตร’

เพื่อที่จะก้าวตามรอย ‘กาลามสูตร’ ผู้เขียนจะนำเสนอ พระสูตรว่าด้วยความเชื่อแบบพุทธที่ปรากฏในปุราณธรรมภาษา (ภาษาบาลี) ซึ่งกำลังจะอัสดงคตไปตามกาลเวลา มาทำให้สำเร็จประโยชน์และอรุณโรจน์อีกครั้งหนึ่ง โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการ คือ (1) ศึกษาวิเคราะห์เจาะลึกเกี่ยวกับ ‘ตัว’ เนื้อหาของกาลามสูตร รวมทั้งบริบทรอบ ๆ แต่ละแง่มุม อย่างเป็นระบบครบวงจร และ (2) พยายามที่จะวิเคราะห์และตีความในเชิงประยุกต์ว่าจะนำหลักคำสอนนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ยุคข้อมูลข่าวสารครองโลกได้อย่างไรบ้าง

จากวัตถุประสงค์ 2 ประการนี้ สามารถนำมาขยายรายละเอียด คือ ผู้เขียนต้องการที่จะศึกษาเนื้อหาจากพระสูตรซึ่งมีสาระไม่เกิน 10 บรรทัด แต่พยายามศึกษาอย่างเจาะลึกและเป็นระบบ พร้อมด้วยหลักฐานข้อมูลอย่างรอบด้าน เพื่อชี้ชัดให้เห็นประเด็นที่ต้องการ พร้อมกันนั้นก็พยายามหามิติมุมมองที่แปลกไปจากเดิม ทั้งนี้เพราะผู้เขียนได้ข้อคิดจากการศึกษาประวัติศาสตร์อินเดีย พบว่าก่อนหน้าที่มหัตตคานธีจะปลดแอกประเทศอินเดียจากการเป็นเมืองขึ้นของอังกฤษ ใคร ๆ ต่างเชื่อว่าจะกระทำได้ดีแต่โดยการใช้กองกำลังทำกันเท่านั้น แต่มหัตตคานธีเปลี่ยนมิติมุมมองเสียใหม่โดยหันมาใช้หลักอหิงสา จนได้รับชัยชนะและสร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่ขึ้นมาได้ จากอุทาหรณ์นี้ได้จุดประกายทางความคิดให้ผู้เขียนพยายามจะศึกษากาลามสูตรโดยทดลองใช้มิติมุมมองใหม่ ๆ เพื่อที่จะค้นหาคำตอบที่ต่างไปจากเดิมบ้าง

ถ้าจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้เขียนต้องการนำหลักธรรมคำสอนเรื่องกาลามสูตรที่พระพุทธองค์ทรงสั่งสอนไว้ในสมัยพุทธกาล มาติด “อาวุธทางความคิด” ให้แก่คนยุคใหม่ เพื่อที่จะใช้เป็นเครื่องมือเลือกฟันข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อ โดยคาดหวังผลประโยชน์ที่จะได้รับ คือ จะช่วยให้การดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณภาพ ไม่กลายเป็นคนหุนเหิงง่าย สุดท้ายแต่ผู้ทีฉลาดกว่าจะชักจูงไปทางใด อีกทั้งช่วยกระตุ้นเตือนผู้คนให้เชื่ออย่างเป็นวิทยาศาสตร์ ทั้งนี้ เพื่อที่จะไม่ตกเป็น ทาส ของความเชื่อ และปล่อยให้ความเชื่อกลายเป็น นาย คอยบงการ

โดยปกติของ ทาส จะไม่กล้าฝ่าฝืนนาย เพียงแต่คอยทำตาม เช่น ถ้าตกเป็นทาสของสิ่งที่ยิบย่อย ๆ กันมา ก็ยอมทำตามอย่างหลับหูหลับตา เป็นทาสของประเพณี ก็ยอมให้ประเพณีเป็นเสมือน “เอก” ที่ครอบไว้บนบ่า การตกเป็นทาสของข่าวลือ ก็ตกอยู่ในกระแสของข่าวลือนั้น การตกเป็นทาสของตำรา ก็เชื่อตามจนใจหัวไม่ขึ้น ทาสของการใช้วิธีการทางตรรกะ ก็ดำเนินแต่เรื่องวิธีการตามหลักเหตุผลจนลืมสภาพความเป็นจริง ทาสของการใช้วิธีการทางปรัชญา ทาสของความรู้สึกนึกคิด ทาสของทฤษฎี ทาสของสิ่งที่มีรูปลักษณ์ ‘ดูดี’ นำเชื่อถือ ตลอดจนทาสของครูอาจารย์ ก็เชื่อตามอย่างหลับหูหลับตา จนไม่กล้าพอที่จะเป็น ‘นาย’ ของตนเอง

ผู้เขียนต้องการที่จะพิสูจน์ให้เห็นว่า ‘กาลามสูตร’ ที่พระพุทธองค์ทรงประกาศไว้เมื่อ 2,500 กว่าปีแล้ว สามารถนำมาใช้ปลดปล่อย “ทาส” ทางความคิดและจิตวิญญาณ คืนความเป็นใหญ่ให้แก่มนุษย์ยุคนี้ได้ หรือถ้าจะพิจารณาในแง่ของความคุ้มค่าทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ผู้เขียนคาดว่าจะช่วยให้ผู้คนไม่ต้องตกเป็นเหยื่อของคำโฆษณาสร้างภาพลวงตา จนหลงบริโภค

แนวคิด ทฤษฎี ลัทธิความเชื่อ นโยบายทางการเมือง ตลอดจนการบริโภคสินค้าในชีวิตประจำวันอย่างขาดวิจารณญาณ ทำให้ต้องสูญเสียเงินทอง เสียเวลา เสียคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

ส่วนวิธีนำเสนอ จะกระทำโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 10 ข้อ แล้ววิเคราะห์เพื่อชี้ชัดให้เห็นแต่ละประเด็น หลังจากนั้นจะตีความในเชิงประยุกต์เพื่อปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน โดยหาตัวอย่างมาประกอบเท่าที่คิดว่าเหมาะสม ในเนื้อหาทั้ง 10 ข้อนี้ พยายามที่จะแสดงให้เห็นว่าไม่ควรปลงใจเชื่อเพราะอะไร ถ้าจะเชื่อก็ต่อเมื่อได้ดำเนินการตามกระบวนการ คือ (1) พิจารณาให้จริงตามนั้น (จริงโดยทฤษฎี), (2) นำทฤษฎีลงสู่การปฏิบัติ (จริงโดยการทดลอง) และ (3) ประเมินผลว่าก่อให้เกิดประโยชน์ เกิดสุข หรือเกิดโทษ เกิดทุกข์ (จริงโดยการประเมินผล) ตามหลักแห่ง **ปริยัติ (ทฤษฎี) ปฏิบัติ (ทดลอง) และ ปฏิเวธ (ประเมินผล)**

นอกจากนี้ผู้เขียนพยายามจะวิเคราะห์ในเชิงประยุกต์เพื่อแก้ไขปัญหาสังคมที่ว่า ถ้านำหลักคำสอนเรื่องกาลามสูตรมาใช้อบรมสั่งสอนเด็ก, เยาวชน หรือผู้คนในสังคม จะมีทำให้พวกเขากลายเป็นคนช่างสงสัย หัวหมอ ตี้อัน ไม่เชื่อฟังผู้ใหญ่ ลบลู่บรรพบุรุษ และนำมาสู่ปัญหาต่าง ๆ ในสังคมไปด้วยหรือไม่ ? หรือในกรณีที่ปัญหานั้นไม่สามารถใช้หลักกาลามสูตรพิสูจน์ให้เห็นในเชิงประจักษ์ เช่น เรื่องบาปบุญ นรกสวรรค์ จะหาทางออกให้กับปัญหาประเภทนี้ได้อย่างไร ?

อย่างไรก็ตาม จะต้องยอมรับความจริงว่าบริบททางสังคมในสมัยพุทธกาลกับสมัยปัจจุบันมีความแตกต่างกัน ในบางกรณีอาจจะใช้หลักกาลามสูตรอธิบายอย่างตรงไปตรงมาได้ แต่บางกรณีจะกระทำได้ดีก็แต่โดยตีความในเชิงประยุกต์เท่านั้น และในการตีความปัญหาเหล่านี้ ผู้เขียนไม่ยืนยันว่าความเห็นของตนเท่านั้นที่ถูกต้อง แต่จะปล่อยให้เป็นการกระทำที่ของ “ผู้ชมทางสังคม” ที่จะตัดสินใจเองว่าจะเชื่อตามหรือไม่ โดยถือว่าตัวท่านเองก็มีสิทธิ์ที่จะตีความตามความเห็นสมควรได้เช่นกัน

4. ปัจฉิมกถา

ตามที่กล่าวมาตั้งแต่ต้น พอจะกล่าวเป็นปัจฉิมกถาว่า งานชิ้นนี้มุ่งที่จะใช้กาลามสูตรเป็นเครื่องมือปรับกระบวนการทัศน์จาก **มายาศาสตร์** (ศาสตร์แห่งการสร้างภาพลวงตา) สู่ **วิทยาศาสตร์** (ศาสตร์แห่งการพิสูจน์ให้เห็นจริงอย่างสาธารณะ) โดยไม่ต้องพะวงว่าถ้านำพระสูตรนี้มาสั่งสอนโดยเฉพะเรื่อง **อย่าปลงใจเชื่อด้วยการอ้างตำราหรือคัมภีร์** (รวมถึงพระไตรปิฎก) และเรื่อง **อย่าปลงใจเชื่อเพราะนับถือว่าสมณะนี้เป็นครูของเรา** (รวมถึงพระพุทธรูป) จะทำให้สิ้นคลอนพระพุทธานุภาพ แต่ตรงกันข้ามคือจะช่วยให้พุทธธรรมทนทานต่อการพิสูจน์ยิ่งขึ้น ดังที่ **พุทธทาสภิกขุ** กล่าวให้ข้อคิดว่า

เรื่องอย่างนี้อยากพูดว่า ครูบาอาจารย์แต่กาลก่อน กลัวคนจะฉลาดเกินไป เพราะอาศัยกาลามสูตร เลยไม่เอามาสอน กาลามสูตรไม่ถูกเอามาทำให้แพร่หลายเหมือนสูตรอื่น ๆ ทั้งที่เป็นสูตรที่สำคัญที่สุด ที่จะช่วยให้เกิดผลดีดังกล่าวมาแล้ว คือทำพุทธศาสนาให้เป็นพุทธศาสนา ทำพุทธศาสนาให้เป็นศาสนาที่

สามารถสู้หน้ากับความเจริญก้าวหน้าในโลกแห่งยุคปรมาณู ไลน์สไตน์ ปรมาจารย์ทางวิทยาศาสตร์ ได้พูดเป็นหลักไว้ว่า ศาสนาที่จะเหลืออยู่เพียงศาสนาเดียวในโลกแห่งยุคปรมาณูนั้น คือศาสนาที่ can cope the modern needs คือที่สามารถเผชิญหน้ากันได้กับความต้องการของมนุษย์แห่งยุคซึ่งก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เรื่อยไป นี่หมายถึงโลกในสมัยวิทยาศาสตร์เป็นไปอย่างสูงสุดแล้ว ศาสนาจะเหลืออยู่เพียงศาสนาเดียว คือศาสนาที่คงกระพันชาติ สามารถเผชิญหน้ากันได้กับความต้องการของคนยุคนั้น ศาสนานอกนั้นจะค่อย ๆ ตกไปจากความนิยมเพราะไม่สามารถเผชิญหน้า¹³

เชิงอรรถ

¹ดู ไตร. 20/505/179-184 ประกอบ.

²ไตร. 20/506/184-188.

³ไตร. 20/506/184.

⁴พุทธทาสภิกขุ. อสตีสังวัจจรายุศมานุสรณ์ จาก พุทธทาสภิกขุ ๒๔๔๙ - ๒๕๒๙. หน้า 19.

⁵พุทธทาสภิกขุ. อสตีสังวัจจรายุศมานุสรณ์ จาก พุทธทาสภิกขุ ๒๔๔๙ - ๒๕๒๙. หน้า 23.

⁶รายงานข่าว เดลินิวส์. ฉบับวันที่ 23 กรกฎาคม. 2546 หน้า 2.

⁷รายงานข่าว คำบรรยายของพระพิศาลธรรมพาทิ. เดลินิวส์. ฉบับวันที่ 7 กรกฎาคม 2546.

⁸นัทธินี มณีวรรณ. “ภัยเงียบมือถือดูดเงินนักนิยมไฮเทค กดสนุกลิ้มตัวระวัง...กระเป๋าแฟบ!!!” เดลินิวส์. 15 กรกฎาคม 2546 : 8.

⁹อ้างอิงจาก กำแหง ภริตานนท์. “ปลายนิ้วนายกำแหง”. เดลินิวส์. ฉบับวันที่ 7 กรกฎาคม 2546. หน้า 3.

¹⁰“ดินสอโดม” (นามแฝง). “คนหน้า 5”. เดลินิวส์. ฉบับวันที่ 21 กรกฎาคม . 2546 หน้า 5.

¹¹เดลินิวส์. [บทบรรณาธิการ และรายงานข่าวหน้า 10] (30 พฤษภาคม 2547).

¹²รายงานข่าวเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์. ฉบับวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2546.

¹³พุทธทาสภิกขุ. เพชรในพระไตรปิฎก. หน้า 36-37.